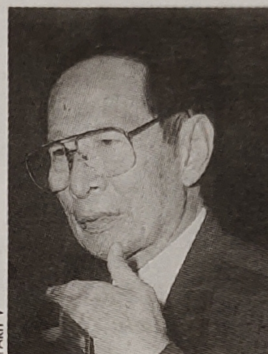
Jakarta sebagai kota tujuan wisata dunia?

"Jakarta sebagai sebuah kota metropolitan ingin menyempurnakan wajahnya sebagai kota jasa (service city). Untuk itu industri pariwisata terus digalakkan, termasuk industri wisata belanja," demikian diungkapkan Presdir Grup Ciputra-Ir. Ciputra pada seminar "Sisi Baru Wajah Jakarta: Tujuan Wisata, Surga Belanja", baru-baru ini.

Ia lalu memberikan gambaran, penduduk Jakarta yang pada tahun 2015 diperkirakan hanya berjumlah 12 juta, ternyata menurut perhitungan para pakar perkotaan akan mencapai 21,2 juta, dan pada waktu itu Jakarta akan menjadi kota terpadat kelima dunia. Sedangkan empat kota terpadat lainnya : Tokyo, Jepang (28,7 juta), Bombai, India (27,4 juta), Lagos, Nigeria (24,4 juta) dan Shanghai, Cina (23,4 juta).

Di samping itu, pendapatan perkapita penduduk Indonesia pada akhir Pembangunan Jangka Panjang II (tahun 2020), akan meningkat empat kali lipat dari yang sekarang. Meningkatnya, jumlah penduduk dan pendapatan per kapita, serta adanya dorongan berupa perubahan selera dan berbelanja masyarakat sebagai dampak globalisasi, menjadikan permintaan akan fasilitas perbelanjaan semakin meningkat, baik kuantitas maupun kualitasnya.

Sebagai salah satu kota internasional terkemuka di Asia, Jakarta berusaha keras agar dapat sejajar dengan kota-kota internasional lainnya di dunia. Sudah saatnya Jakarta menjadi Kota Wisata dan Belanja Internasional seperti halnya Singapura, Tokyo, Paris, Los Angeles dan lain-lainnya. Selama ini Jakarta telah memiliki beberapa pusat perbelanjaan, namun terpencar-pencar dan penyebarannya tidak merata. Seperti Jakarta Barat, memiliki Mal Ciputra, Gajahmada Plaza, Glodok Plaza. Jakarta Selatan memiliki Plaza Senayan, Mal Pondok Indah. Atau Jakarta Pusat yang memiliki Pasar Baru atau Plaza Indonesia.Selain pusat-pusat perbelanjaan yang telah ada, dengan semakin kuatnya daya beli masyarakat dan kebutuhan baru untuk memenuhi tuntutan gaya hidup perkotaan, Jakarta perlu memiliki pusat perbelanjaan yang terhimpun dalam satu jalan, sehingga para pengunjung dapat leluasa, aman dan nyaman berbelanja dengan sekali berhenti (one stop shopping).


PARIT V

Ir. Ciputra

"Sudah waktunya Jakarta memiliki jalan-jalan wisata dan belanja seperti Orchard di Singapura, Champs Elysee di Paris, Rodeo Drive di Los Angeles, Ginza di Tokyo dan lain-lain. Sehingga nantinya Jakarta akan menjadi surga wisata dan belanja baru dunia yang dirindukan oleh para wisatawan dan pembelanja, baik dari dalam negeri maupun luar negeri," sarannya.

Kehadiran jalan yang menjadi Sabuk Wisata dan Belanja Internasional (Internasional Tourism and Shopping Belt) seperti itu, akan memperkuat daya tarik Jakarta sebagai kota tujuan wisata dunia. Meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jakarta, manfaatnya akan dirasakan oleh masyarakat dan pemerintah, berupa perluasan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, mendatangkan devisa untuk negara, serta memperindah dan mempercantik wajah kota Jakarta sebagai kota metropolitan dunia.

Sabuk wisata dan belanja

Pemerintah Daerah Khusus Ibukota telah memutuskan untuk mengembangkan Jalan Dokter Satrio di segitiga emas Kuningan sebagai Internasional Tourism and Shopping Belt (Sabuk wisata dan belanja internasional). Keputusan yang tepat


ISTIMEWA

Saatnya Jakarta menjadi Kota Wisata dan Belanja Internasional seperti halnya Singapura, Tokyo dan lain-lain.


ISTIMEWA

Pemilihan Jalan Dokter Satrio sebagai sabuk wisata dan belanja sangat tepat. Karena, lokasinya sangat strategis

dan sangat strategis ini mendapat sokongan penuh dari Pemerintah Pusat cq Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi, jelas Ciputra.

"Pemilihan Jalan Dokter Satrio sebagai sabuk wisata dan belanja dan menjadi Orchard road-nya Jakarta, sangat tepat. Karena, lokasinya sangat strategis. Di jantung kawasan bisnis Segitiga Emas Jakarta - Jalan Jendral Sudirman-Rasuna Said-Gatot Subroto," ungkapnya.

Di samping itu, juga mempercantik dan memperindah kota. Jalan Dokter Satrio terletak di kawasan yang di kanan-kirinya banyak berdiri bangunan-bangunan tua dan kurang terpelihara, berlantai 1 dan 2 yang tidak sesuai lagi dengan syarat kota Jakarta sebagai Kota Metropolitan, sehingga perlu diremajakan.

"Bagi para pengembang, pembangunan jalan Dokter Satrio sebagai pusat wisata dan belanja merupakan pekerjaan berat, karena harus dapat memberikan kepuasan (satisfaction) kepada penyewa (tenant), dan pengunjung (masyarakat). Ini berbeda dengan mengembangkan hotel atau perkantoran yang hanya memberikan kepuasan kepada tamu (hotel) dan atau penyewa (kantor).

Ia lalu menjelaskan, keputusan pemerintah untuk mengembangkan Jalan Dokter Satrio sebagai sabuk wisata dan belanja mendapat sambutan yang sangat antusias dari para pengembang, penyewa/pemakai dan konsumen/masyarakat, karena masyarakat akan merasakan manfaat yang besar dari kehadiran Sabuk Wisata Belanja Internasional tersebut.

Tingginya antusiasme sambutan pihak swasta atas pengembangan Jalan Dokter Satrio ini dapat dilihat dari banyaknya pengembang besar yang telah memberikan komitmennya. Di antaranya Grup Ciputra, Metropolitan, Sinar Mas, PSP, Mega Kuningan, Bentala dan beberapa lainnya, jelas Ciputra."Di sabuk wisata dan perbelanjaan internasional jalan Dokter Satrio, pusat perbelanjaan dipadukan dengan unsur-unsur penunjang lainnya seperti : Hotel, tempat konvensi dan eksibisi, restoran, service apartmen, perkantoran, pusat rekreasi (in door dan out door), dan lain-lain," katanya.

Ia kemudian menjelaskan, di atas lahan seluas lebih kurang 100 hektar di kanan-kiri jalan Dokter Satrio sepanjang lebih kurang 1,8 kilometer itu, pada waktu sekarang telah dan akan dibangun berbagai sarana dan fasilitas wisata perbelanjaan internasional. Di antaranya, lima pusat belanja, 10 hotel berbintang, puluhan apartemen, puluhan perkantoran, serta sejumlah bangunan lainnya yang masih dalam taraf persiapan.

"Pembangunan dan pengembangan jalan Dokter Satrio tidak dapat dilakukan dalam waktu yang singkat, namun akan bertumbuh secara berkesinambungan. Saat ini, sudah ada beberapa proyek yang selesai dan diharapkan dapat diselesaikan dalam waktu 10-20 tahun ke depan," prediksinya.

Proyek monumental yang bersejarah ini, memerlukan biaya sangat besar, lebih dari Rp 10 trilyun. Namun, pembangunannya dilakukan secara berangsur-angsur dan diharapkan dapat dikumpulkan para pengembang dalam jangka waktu 10-20 tahun.

Pengembangan destinasi belanja

Sementara itu, Kepala Dinas Pariwisata DKI Jakarta-Fauzi Bowo mengemukakan, dalam mewujudkan sukses pembangunan, khususnya pembangunan kepariwisataan, bukan suatu hal mudah. Harapan besar yang diletakkan di atas pundak sektor pariwisata untuk menjadi andalan utama penghasil devisa non-migas, tentunya harus dijawab dengan kerja keras dan keterpaduan seluruh lini yang terkait dengan sektor ini. Dihadapkan dengan berbagai permasalahan yang ada, maka menjadi suatu tantangan bagi seluruh pelaku dunia pariwisata, untuk mendukung berbagai kebijaksanaan yang mengarah pada pencapaian keberhasilan tersebut.

Modal utama pertumbuhan kegiatan kepariwisataan DKI Jakarta, pada dasarnya merupakan dampak dari pertumbuhan kota Jakarta itu sendiri. Pertumbuhan Jakarta tersebut, bertitik tolak dari berbagai problema yang dimiliki oleh kota ini, terutama disebabkan oleh keterbatasan geografis dan batas-batas wilayah kotanya.

Ia lalu menekankan, khusus bagi kegiatan kepariwisataan, kota Jakarta tentunya harus mampu menyediakan berbagai produk wisata, yaitu obyek dan daya tarik wisata; usaha sarana dan jasa pariwisata yang berkelas dunia. Ketersediaan produk yang memiliki kualitas tinggi tersebut, pada dasarnya merupakan cerminan dari kualitas kota Jakarta sebagai produk yang menyeluruh. Dengan demikian semakin tinggi kualitas daya tarik suatu kota, akan meningkatkan pula kualitas kegiatan kepariwisataan di Jakarta, yang akan mendorong kondisi pertumbuhan ekonomi kota Jakarta.

"Dalam kurun waktu lima tahun terakhir ini (1992-1996) telah terjadi rata-rata pertumbuhan angka kedatangan wisatawan mancanegara (wisman) sebesar 12,6 persen dengan tingkat pertumbuhan tertinggi dicapai pada tahun 1996 sebesar 20,92 persen atau sejumlah lebih dari 1,6 juta wisman. Angka kedatangan wisata-

wan nusantara (wisnus) di tahun yang sama mencapai hampir 9 juta orang," jelas Fauzi.

Berdasarkan angka tersebut, devisa yang telah diperoleh meningkat sebesar 38,19 persen atau lebih dari USD 3 milyar. Dari akumulasi pengeluaran wisnus dapat dicatat pertumbuhan sebesar 19,93 persen atau lebih dari Rp 7 trilyun.

Sesuai kedudukannya sebagai kota metropolitan dan ibukota negara, kegiatan kepariwisataan Jakarta secara proporsional perlu memiliki posisi strategis dalam konteks pengembangannya. Berbagai langkah strategis yang diambil, pada hakekatnya merupakan upaya yang ditempuh untuk mendukung keberadaan kota Jakarta sesuai dengan kapasitas dan kondisi objektif yang dimilikinya.

Langkah-langkah itu antara lain, a) Memantapkan peran dan posisi kota Jakarta. b) Mengembangkan bentuk kegiatan wisata, c) Membina peningkatan kualitas produk dan pelayanan wisata, d) Menunjang penyelenggaraan atraksi/event pariwisata yang berdampak ekonomi, sosial dan budaya, e) Melaksanakan dan mendukung kegiatan promosi/pemasaran.

Kecenderungan kegiatan wisata

Pengembangan jalan Dokter Satrio sebagai sabuk wisata belanja internasional merupakan dimensi baru dalam kegiatan kepariwisataan Jakarta. Pemerintah bersama swasta telah sejauh mungkin mengeksploitasi potensi belanja, yang secara nyata telah tumbuh di Jakarta menjadi suatu wujud yang konkrit, mengembangkan suatu pusat perbelanjaan dan rekreasi yang modern, sejalan dengan tuntutan perkembangan kota.

Kegiatan wisata belanja merupakan pengeluaran kedua terbesar para wisatawan setelah biaya akomodasi dan merupakan pengeluaran terbesar dibanding pengeluaran bagi kegiatan-kegiatan lain yang dilakukan wisatawan.

Kondisi tersebut berlaku bagi wisatawan, yang melakukan berbagai jenis kegiatan wisata baik wisata bisnis, wisata konvensi maupun wisata leisure/rekreasi.

"Dengan demikian kegiatan belanja memiliki kontribusi yang cukup berarti terhadap kegiatan-kegiatan wisata lain, bahkan secara khusus merupakan potensi wisata yang cukup penting untuk dikembangkan sebagai kegiatan wisata secara khusus," ungkapnya.

Pengembangan jalan Dokter Satrio, di samping dapat merupakan suatu produk wisata unggulan Jakarta berupa wisata belanja dan rekreasi, juga diharapkan mampu meningkatkan perkembangan jenis-jenis wisata lain di Jakarta.

Fauzi lalu menjelaskan, pembangunan kawasan wisata dan perbelanjaan terpadu akan mampu mengintegrasikan berbagai komponen daya tarik kota Jakarta, serta sejalan dengan kepentingan masyarakat dunia usaha swasta dan pemerintah sekaligus mendukung performance kota. Namun demikian, tersedianya fasilitas wisata dan belanja yang megah dan modern yang didukung kelengkapan penataan pedestrian serta keasrian lingkungannya belumlah cukup, apabila belum mempertimbangkan kelangsungan pengelolaan dan perawatan serta kesiapan sumber daya manusia pendukungnya.

Sehubungan dengan itu, dalam menjaga kelangsungan potensi sabuk wisata belanja Jalan Dokter Satrio, di samping pengelolaan terhadap usaha bisnis secara langsung, juga perlu memperhatikan secara proporsional terhadap komponen-komponen lain terutama menyangkut hal sebagai berikut : a) Penyelenggaraan promosi serta kegiatan yang bersifat promotif (seperti Bulan Belanja Jakarta) perlu dilakukan secara kontinyu dan terpadu, baik dalam lingkup nasional maupun internasional.

b) Pembinaan Sumber Daya Manusia melalui penyelenggaraan pendidikan dan latihan, dengan tingkat kualitas yang memadai perlu dilakukan untuk dapat menjaga kesinambungan pengadaan sumber daya manusia agar tidak terjadi penurunan standar kualitas pelayanan.

c) Perlu terjalin hubungan kemitraan secara transparan dengan produsen, di antaranya melalui informasi umpan balik, agar dapat dijaga kualitas produk yang selalu tanggap terhadap perkembangan tuntutan pasar.

d) Memberikan perhatian terhadap kelangsungan penyelenggaraan ketertiban, kebersihan, keamanan dan kenyamanan lingkungan sebagai bagian integral dari kegiatan usaha/bisnis.

"Kegiatan pembinaan tersebut, perlu ditanggapi sebagai wujud kesadaran bersama untuk dapat menjaga kelangsungan dan kesinambungan kegiatan usaha dalam bidang wisata dan belanja yang pada gilirannya akan menunjang pemantapan citra kota Jakarta yang dihuni oleh masyarakat yang sejahtera," demikian Fauzi Bowo. ■ **Yudi S**